

B BEAUTY **T** TREND **W** WATCH

SETTEMBRE 2024

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

La controtendenza degli acquisti di cosmetici

Le recenti elaborazioni curate dal Fondo Monetario Internazionale e dall'Istat indicano per l'Italia una crescita del PIL dell'1,0% nel 2024 e dell'1,1% nel 2025, con prospettive, per quanto concerne la manifattura italiana, ancora altalenanti.

Nonostante il reddito reale sia sostenuto dalla frenata dei prezzi, dalla moderata crescita salariale e dall'aumento dell'occupazione, la propensione al risparmio delle famiglie italiane, e quindi il freno alle dinamiche di consumo, è ancora forte ma questo non sta avvenendo per il mercato cosmetico.

Infatti, si consolida la forte fase espansiva dell'acquisto di cosmetici da parte degli italiani proiettando una stima del valore dei consumi a fine 2024 pari a 13,4 miliardi di euro con una crescita del 7% rispetto all'anno precedente.



Quali sono i fattori che impattano su questo trend?

Innanzitutto, la sensibilità verso i temi del benessere a 360° si è radicata nelle abitudini degli italiani in questi 10 anni; inoltre è anche cambiata la definizione di bellezza: infatti, ad oggi, per il 45% della popolazione significa affermare la propria personalità e unicità.

Quindi, aumenta la spesa per i cosmetici che si consolida come elemento fondale e costante della quotidianità grazie al ruolo sociale che il settore ricopre, intercettando i nuovi fabbisogni di un consumatore sempre più evoluto.

CONSUMI DI COSMETICI IN ITALIA

13,4€ MLD

Attesi nel 2024

(+7% rispetto al 2023)

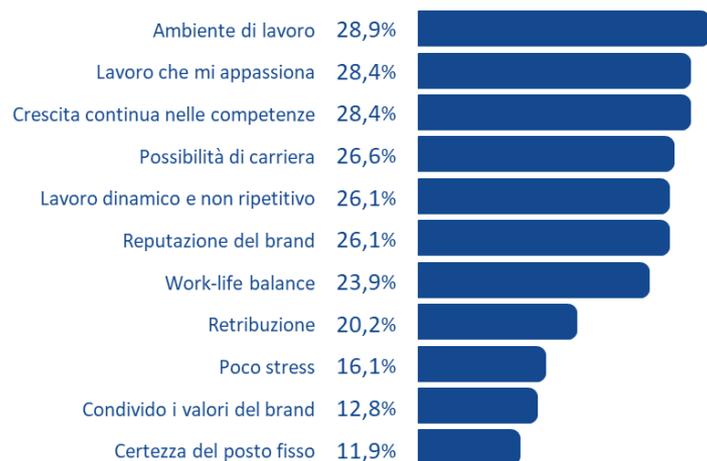
... E SI CONSOLIDERANNO NEL 2025

14,2€ MLD

Attesi nel 2025

(+6,1% rispetto al 2024)

Aspetti che rendono entusiasti di lavorare nell'industria cosmetica italiana



Se da un lato, negli ultimi anni, la difficoltà di reperimento del personale è un fenomeno che ha caratterizzato fortemente settori quali il commercio, il turismo e l'edile, per quanto concerne l'industria cosmetica l'impatto è sensibilmente inferiore.

Le imprese di produzione della cosmetica, grazie alla presenza di forza lavoro altamente qualificata, mostrano livelli di produttività più elevati rispetto al manifatturiero italiano. Infatti, sono molteplici le azioni registrate a sostegno del know-how aziendale attraverso attività di formazione continua, del rafforzamento dell'ambiente lavorativo e l'identificazione nei valori corporate trasmessi dall'azienda.

La Divisione Fashion & Luxury di Gi Group, in partnership con Intribe, ha condotto un'indagine rivolta agli addetti del mondo beauty, per comprendere le leve motivazionali che guidano le risorse nella ricerca di occupazione e nelle scelte di carriera.

Dalla survey emerge con chiarezza che la maggior parte dei profili intervistati ha interesse per percorsi di crescita interna supportati da formazione continua.

Infatti, ben il 70,6% degli addetti dell'industria cosmetica in Italia raccomanderebbe la propria azienda: le leve motivazionali sono bilanciate e riguardano maggiormente aspetti legate al benessere, alla formazione e alla crescita professionale, tutte leve che impattano sugli elementi di competitività delle imprese cosmetiche.



L'Italia e lo scenario in ambito cosmetico

L'andamento storico dei consumi mondiali, viene confermato sia alla fine del 2023 e nelle proiezioni al 2025. In questo contesto, l'Italia registra andamenti in linea con le crescite più dinamiche confermandosi l'ottavo mercato mondiale e terzo a livello europeo.

Infatti, nel 2023 il contesto internazionale è caratterizzato da un andamento moderato (+5%), con i contributi alla crescita più importanti dall'Europa (+9,4%) e dal Nord America (+6,9%) e dall'America latina, seppur marginale a valore, per dinamiche di crescita (+15,5%).

L'Italia dei cosmetici si conferma protagonista sia lato offerta che lato domanda.

Evoluzione dello scenario cosmetico mondiale

